



## Dampak Risiko Lingkungan Proyek Bandara Dhoho Kediri terhadap Strategi Pemasaran UMKM

Ichwan Setiarso<sup>1\*</sup>, Widyatmoko<sup>2</sup>, Choerul Umam<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Kediri, Indonesia

<sup>2-3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Niswantoro Kediri, Indonesia

\*Penulis Korespondensi: [ichwan.setiarso@dsn.dinus.ac.id](mailto:ichwan.setiarso@dsn.dinus.ac.id)

**Abstract.** Large-scale infrastructure development, such as the Dhoho Kediri Airport project, plays a strategic role in promoting regional economic growth, but it also poses environmental risks that may affect the sustainability of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). Changes in the physical and operational environment resulting from construction activities can influence market access, distribution channels, and business location certainty, which in turn affect MSMEs' marketing strategies. This study aims to analyze the effect of environmental risks arising from the Dhoho Kediri Airport project on the marketing strategies of MSMEs in the affected areas. The research employs a quantitative approach with an explanatory research design and a causal associative method. Data were collected through questionnaires distributed to 76 MSME owners selected using purposive sampling in the sub-districts of Tarokan, Grogol, and Banyak, Kediri Regency. Data analysis was conducted using multiple linear regression. The results indicate that, partially, environmental pollution, access and distribution disruptions, and business location uncertainty have a positive and significant effect on MSMEs' marketing strategies. Simultaneously, these environmental risk variables significantly influence marketing strategies, explaining 61.1 percent of the variation in MSMEs' marketing strategies. The findings suggest that environmental risks from infrastructure projects not only create challenges for MSMEs but also encourage business owners to adapt by adjusting distribution channels, utilizing digital marketing, and redefining market segmentation. The study highlights the importance of local government policy support in the form of marketing assistance, alternative logistics facilitation, and business location certainty to strengthen MSME resilience in areas surrounding strategic infrastructure projects.

**Keywords:** Airport Development; Environmental Risk; Infrastructure Projects; MSME Adaptation; MSME Marketing Strategies

**Abstrak.** Pembangunan infrastruktur berskala besar, seperti proyek Bandara Dhoho Kediri, memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah, namun juga berpotensi menimbulkan risiko lingkungan yang berdampak pada keberlangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Perubahan lingkungan fisik dan operasional akibat aktivitas konstruksi dapat memengaruhi akses pasar, distribusi, serta kepastian lokasi usaha, yang pada akhirnya berimplikasi pada strategi pemasaran UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh risiko lingkungan proyek Bandara Dhoho Kediri terhadap strategi pemasaran UMKM di wilayah terdampak. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory research dan metode asosiatif kausal. Data dikumpulkan melalui kuesioner terhadap 76 pelaku UMKM yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling di Kecamatan Tarokan, Grogol, dan Banyak, Kabupaten Kediri. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial polusi lingkungan, gangguan akses dan distribusi, serta ketidakpastian lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi pemasaran UMKM. Secara simultan, ketiga variabel risiko lingkungan tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap strategi pemasaran, dengan kemampuan menjelaskan variasi strategi pemasaran UMKM sebesar 61,1 persen. Temuan ini mengindikasikan bahwa risiko lingkungan proyek infrastruktur tidak hanya menimbulkan tekanan bagi UMKM, tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi melalui perubahan saluran distribusi, pemanfaatan pemasaran digital, serta penyesuaian segmentasi pasar. Implikasi penelitian ini menegaskan pentingnya dukungan kebijakan pemerintah daerah dalam bentuk pendampingan pemasaran, fasilitasi akses logistik, dan kepastian lokasi usaha guna meningkatkan ketahanan UMKM di sekitar proyek infrastruktur strategis.

**Kata kunci:** Adaptasi UMKM; Pembangunan Bandara; Proyek Infrastruktur; Risiko Lingkungan; Strategi Pemasaran UMKM

## **1. LATAR BELAKANG**

Pembangunan infrastruktur merupakan salah satu instrumen strategis pemerintah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan pemerataan pembangunan antarwilayah. Melalui pelaksanaan berbagai Proyek Strategis Nasional (PSN) seperti jalan tol, pelabuhan, dan bandara, pemerintah berupaya memperkuat konektivitas wilayah serta mempercepat arus distribusi barang dan jasa (Kementerian PPN/Bappenas, 2022). Salah satu proyek infrastruktur berskala besar tersebut adalah pembangunan Bandara Dhoho Kediri yang dirancang sebagai pusat transportasi udara baru sekaligus penggerak pertumbuhan ekonomi di wilayah Jawa Timur bagian barat (Kusuma & Hadi, 2023).

Meskipun memiliki potensi manfaat ekonomi yang signifikan, proyek infrastruktur besar juga kerap menimbulkan berbagai risiko lingkungan dan sosial bagi masyarakat sekitar. Aktivitas konstruksi seperti penggerukan tanah, pergerakan alat berat, dan mobilisasi material dapat memicu polusi udara, kebisingan, gangguan lalu lintas, serta perubahan akses distribusi barang dan jasa (Nurhadi, 2021). Dampak tersebut tidak hanya dirasakan oleh masyarakat secara umum, tetapi juga berimplikasi langsung terhadap keberlangsungan usaha, khususnya sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional, namun sekaligus menjadi sektor yang paling rentan terhadap perubahan lingkungan eksternal karena keterbatasan modal, teknologi, dan kapasitas adaptasi (Bank Indonesia, 2023). Perubahan kondisi lingkungan akibat proyek infrastruktur dapat memengaruhi operasional UMKM, mulai dari menurunnya akses pelanggan, terganggunya distribusi bahan baku, hingga meningkatnya biaya logistik, yang pada akhirnya berdampak pada strategi pemasaran usaha (Santoso, 2022).

Dalam konteks lokal, pembangunan Bandara Dhoho Kediri berdampak langsung terhadap wilayah Kecamatan Tarokan dan Grogol, Kabupaten Kediri, yang didominasi oleh UMKM sektor kuliner, pertanian olahan, dan perdagangan jasa (Dinas Koperasi & UMKM Kediri, 2023). Sejak dimulainya proyek pada tahun 2020, sejumlah studi dan laporan lapangan menunjukkan adanya penurunan omzet UMKM, kesulitan akses konsumen akibat gangguan infrastruktur jalan, serta ketidakpastian lokasi usaha akibat perubahan tata ruang dan potensi relokasi (Wahyuni & Priyono, 2023).

Penelitian-penelitian sebelumnya umumnya lebih banyak menyoroti dampak pembangunan infrastruktur terhadap pertumbuhan ekonomi makro atau kesejahteraan masyarakat secara umum. Sementara itu, kajian yang secara spesifik mengaitkan risiko lingkungan proyek infrastruktur dengan strategi pemasaran UMKM masih relatif terbatas, khususnya pada konteks pembangunan bandara di wilayah non-metropolitan. Hal ini

menunjukkan adanya celah penelitian (research gap) terkait bagaimana pelaku UMKM merespons risiko lingkungan melalui penyesuaian strategi pemasaran, baik dari aspek promosi, distribusi, maupun segmentasi pasar.

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi untuk mengkaji secara empiris pengaruh risiko lingkungan proyek pembangunan Bandara Dhoho Kediri terhadap strategi pemasaran UMKM di wilayah sekitar proyek. Hasil penelitian diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian manajemen pemasaran dan pembangunan berkelanjutan, tetapi juga menjadi dasar pertimbangan bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan mitigasi dampak proyek infrastruktur terhadap keberlangsungan UMKM.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh risiko lingkungan yang ditimbulkan oleh proyek Bandara Dhoho Kediri terhadap strategi pemasaran UMKM di wilayah terdampak, serta mengidentifikasi bentuk penyesuaian strategi yang dilakukan pelaku usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan tersebut.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Risiko Lingkungan Proyek Infrastruktur**

Risiko lingkungan proyek merupakan segala bentuk potensi gangguan terhadap kondisi sosial, ekonomi, dan ekologi yang diakibatkan oleh aktivitas pembangunan (Nurhadi, 2021). Menurut Sadgrove (2016), risiko lingkungan mencakup tiga dimensi utama : Risiko fisik, seperti polusi udara, kebisingan, dan limbah; Risiko operasional, seperti gangguan akses atau distribusi; Risiko sosial, seperti relokasi penduduk atau ketidakpastian lokasi usaha.

Dalam konteks pembangunan Bandara Dhoho Kediri, ketiga dimensi ini relevan karena aktivitas konstruksi dan pengalihan lahan memengaruhi mobilitas ekonomi lokal. Kusuma & Hadi (2023) menjelaskan bahwa sejak proyek dimulai, banyak pelaku UMKM di sekitar lokasi mengalami penurunan omzet akibat akses jalan yang terganggu dan meningkatnya biaya distribusi. Oleh karena itu, risiko lingkungan proyek dapat dipahami sebagai serangkaian faktor eksternal yang memengaruhi stabilitas dan strategi bisnis pelaku usaha di daerah terdampak.

### **Polusi Lingkungan dan Respons Pemasaran UMKM**

Polusi lingkungan yang dihasilkan dari aktivitas proyek seperti debu, kebisingan, dan limbah dapat mengurangi kenyamanan konsumen dan menurunkan minat kunjungan ke tempat usaha (Rahmawati & Kurniawan, 2021). Bagi UMKM, penurunan jumlah pelanggan secara langsung berdampak pada aktivitas promosi, penetapan harga, dan lokasi pemasaran.

Menurut Kotler & Keller (2016), strategi pemasaran efektif harus mempertimbangkan kondisi lingkungan eksternal (environmental factors). Jika lingkungan fisik menjadi tidak kondusif, UMKM perlu mengubah cara berpromosi, memperluas saluran distribusi, atau menyesuaikan target pasar.

Penelitian oleh Santoso (2022) juga menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang beroperasi di area proyek infrastruktur dengan tingkat polusi tinggi mengalami penurunan loyalitas pelanggan hingga 25%. Hal ini menunjukkan adanya korelasi antara polusi lingkungan dan respons pemasaran.

### **Gangguan Akses dan Distribusi terhadap Pemasaran**

Gangguan akses dan distribusi merupakan salah satu dampak nyata dari pembangunan infrastruktur besar (Suryani, 2022). Ketika jalur utama terganggu oleh proyek, aktivitas logistik, pengiriman bahan baku, dan distribusi produk menjadi tidak efisien. Kondisi ini dapat meningkatkan biaya operasional dan menghambat kecepatan pelayanan pelanggan.

Menurut Christopher (2016) dalam konsep *Logistics and Supply Chain Management*, efisiensi distribusi berperan langsung terhadap kepuasan pelanggan dan efektivitas strategi pemasaran. UMKM yang menghadapi gangguan akses biasanya perlu mencari alternatif saluran distribusi, beralih ke penjualan daring, atau memperpendek rantai pasok agar tetap kompetitif.

Putra et al. (2023) menegaskan bahwa gangguan distribusi berpengaruh signifikan terhadap perubahan perilaku pemasaran, terutama pada sektor kuliner dan perdagangan lokal. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi gangguan akses, semakin besar dampaknya terhadap perubahan strategi pemasaran UMKM.

### **Ketidakpastian Lokasi Usaha (Relokasi)**

Ketidakpastian lokasi usaha sering terjadi akibat proyek pembangunan yang memerlukan pembebasan lahan (Wahyudi, 2022). Ketika pelaku UMKM tidak memiliki kepastian apakah tempat usahanya akan terkena relokasi, mereka cenderung menunda kegiatan investasi dan promosi.

Menurut teori *Business Location Strategy* dari McCann (2013), lokasi merupakan faktor strategis yang memengaruhi keberhasilan pemasaran. Ketika lokasi usaha tidak pasti, pelaku usaha akan kesulitan menjaga stabilitas pelanggan dan mengatur strategi promosi jangka panjang.

Penelitian Wahyuni & Priyono (2023) menunjukkan bahwa UMKM di sekitar proyek Bandara Dhoho yang menghadapi ketidakpastian lokasi mengalami penurunan omzet rata-rata 30%, serta pengurangan aktivitas promosi dan inovasi produk. Dengan demikian,

ketidakpastian lokasi usaha dapat dianggap sebagai risiko lingkungan yang berdampak signifikan terhadap strategi pemasaran UMKM.

### **Respons dan Strategi Pemasaran UMKM**

Strategi pemasaran UMKM dapat diartikan sebagai rencana menyeluruh untuk memasarkan produk agar mampu bertahan dan berkembang di tengah perubahan lingkungan (Kotler & Keller, 2016). UMKM memiliki keterbatasan sumber daya, sehingga fleksibilitas dan kemampuan adaptasi terhadap risiko lingkungan menjadi kunci keberhasilan (Tambunan, 2020).

Menurut Cravens & Piercy (2013), respons pemasaran dapat dilihat dari empat indikator utama yaitu 1). Adaptasi produk, yakni penyesuaian jenis atau kualitas produk; 2). Penyesuaian harga, menyesuaikan kemampuan daya beli konsumen; 3). Distribusi dan akses pasar, mencari jalur distribusi baru yang efisien; 3). Promosi, mengubah media atau pesan promosi agar lebih relevan dengan situasi. Dengan demikian, dalam konteks proyek Bandara Dhoho Kediri, strategi pemasaran UMKM diukur dari sejauh mana mereka mampu menyesuaikan diri terhadap risiko lingkungan yang dihadapi.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *explanatory research* untuk menganalisis pengaruh risiko lingkungan proyek Bandara Dhoho Kediri terhadap strategi pemasaran UMKM. Metode yang digunakan bersifat asosiatif kausal, bertujuan menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel polusi lingkungan, gangguan akses dan distribusi, serta ketidakpastian lokasi usaha terhadap respons pemasaran UMKM.

Penelitian dilaksanakan di wilayah sekitar proyek Bandara Dhoho Kediri yang meliputi Kecamatan Tarokan, Grogol, dan Banyakan, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Pengumpulan data dilakukan pada periode Juli–September 2025, yaitu pada saat aktivitas konstruksi proyek berlangsung intensif dan berdampak pada perubahan lingkungan usaha.

Populasi penelitian adalah seluruh UMKM yang beroperasi di wilayah terdampak proyek Bandara Dhoho Kediri. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri, jumlah UMKM aktif di wilayah tersebut sebanyak 320 unit usaha. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria UMKM yang telah beroperasi sebelum proyek dimulai, mengalami dampak pembangunan, dan masih aktif berusaha. Berdasarkan perhitungan Slovin dengan tingkat kesalahan 10 persen, diperoleh sampel sebanyak 76 responden.

Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, sehingga layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Model penelitian menjelaskan bahwa strategi pemasaran UMKM dipengaruhi oleh polusi lingkungan, gangguan akses dan distribusi, serta ketidakpastian lokasi usaha. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial dan uji simultan dengan tingkat signifikansi 5 persen, sedangkan koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi strategi pemasaran UMKM.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko lingkungan yang ditimbulkan oleh pembangunan Bandara Dhoho Kediri berpengaruh signifikan terhadap strategi pemasaran UMKM di wilayah sekitar proyek. Risiko lingkungan yang paling dirasakan oleh pelaku UMKM meliputi gangguan akses distribusi dan pelanggan, peningkatan polusi debu dan kebisingan, serta ketidakpastian lokasi usaha akibat perubahan tata ruang. Kondisi tersebut berdampak langsung pada penurunan intensitas kunjungan konsumen dan meningkatnya biaya operasional, khususnya pada sektor kuliner dan perdagangan jasa.

Temuan ini mengindikasikan bahwa UMKM merespons risiko lingkungan dengan melakukan penyesuaian strategi pemasaran. Bentuk adaptasi yang paling dominan adalah perubahan saluran distribusi, pemanfaatan pemasaran digital, serta penyesuaian segmentasi pasar untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Namun, tidak semua UMKM memiliki kemampuan adaptasi yang sama, sehingga tingkat dampak yang dirasakan bervariasi antar pelaku usaha, terutama dipengaruhi oleh skala usaha dan kapasitas modal.

Sebanyak 76 responden pelaku UMKM di sekitar proyek Bandara Dhoho Kediri berpartisipasi dalam penelitian ini. Karakteristik responden menunjukkan bahwa 58% bergerak di sektor makanan dan minuman, 25% di sektor kerajinan dan suvenir, 17% di bidang jasa dan perdagangan kecil. Sebagian besar usaha telah berdiri lebih dari 3 tahun, dengan jumlah karyawan rata-rata 3–5 orang, menunjukkan tipologi UMKM skala mikro-menengah (Dinas Koperasi & UMKM, 2023).

## **Hasil Uji**

### **a. Uji Validitas**

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai korelasi r hitung > 0,30, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid.

### **b. Uji Reliabilitas**

Nilai Cronbach's Alpha untuk setiap variabel:

- Polusi Lingkungan ( $X_1$ ): 0,812
- Gangguan Akses ( $X_2$ ): 0,796
- Ketidakpastian Lokasi Usaha ( $X_3$ ): 0,821
- Strategi Pemasaran (Y): 0,857

Seluruh nilai  $\alpha > 0,70$ , menandakan bahwa instrumen reliabel (Nunnally & Bernstein, 1994).

### **c. Uji Asumsi Klasik**

Seluruh asumsi model regresi terpenuhi:

- Uji normalitas menunjukkan nilai Asymp. Sig. ( $0,200 > 0,05$ ).
- Tidak terjadi multikolinearitas (VIF  $1,21-1,55 < 10$ ).
- Uji Glejser menunjukkan Sig.  $> 0,05$ , berarti tidak terdapat heteroskedastisitas.

## **Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model regresi yang diperoleh:

$$Y=2,314+0,285 (X1)+0,321 (X2)+0,274 (X3)$$

$$Y = 2,314 + 0,285 (X1) + 0,321 (X2) + 0,274 (X3)$$

**Tabel 1.** Hasil Perhitungan F Hitung.

Variabel	Koefisien $\beta$	t hitung	Sig.	Keterangan
Polusi Lingkungan ( $X_1$ )	0,285	2,750	0,008	Signifikan
Gangguan Akses ( $X_2$ )	0,321	3,114	0,003	Signifikan
Ketidakpastian Lokasi ( $X_3$ )	0,274	2,430	0,017	Signifikan

Nilai F hitung = 19,427 dengan Sig.  $0,000 < 0,05$ , menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap strategi pemasaran UMKM. Koefisien determinasi ( $R^2 = 0,611$ ) berarti 61,1% variasi strategi pemasaran UMKM dapat dijelaskan oleh variabel risiko lingkungan proyek Bandara Dhoho Kediri.

## Pembahasan

### a. Pengaruh Polusi Lingkungan terhadap Strategi Pemasaran

Hasil menunjukkan bahwa polusi lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap strategi pemasaran ( $\beta = 0,285$ ;  $Sig. = 0,008$ ). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi gangguan polusi yang dirasakan, semakin aktif UMKM beradaptasi dalam strategi pemasarannya, misalnya dengan memindahkan lokasi penjualan, meningkatkan kebersihan, atau memperkuat promosi digital. Temuan ini sejalan dengan Kotler & Keller (2016) yang menegaskan bahwa tekanan lingkungan dapat mendorong inovasi strategi pemasaran untuk menjaga loyalitas pelanggan.

### b. Pengaruh Gangguan Akses dan Distribusi terhadap Strategi Pemasaran

Variabel ini memiliki pengaruh paling kuat ( $\beta = 0,321$ ;  $Sig. = 0,003$ ). Gangguan akses jalan selama proyek berlangsung menyebabkan hambatan logistik dan menurunkan jumlah kunjungan konsumen. Sebagai respons, UMKM meningkatkan layanan penjualan daring (online delivery), serta menjalin kolaborasi dengan ojek daring untuk mempertahankan penjualan. Hasil ini mendukung penelitian Cravens & Piercy (2013) yang menyatakan bahwa adaptasi distribusi menjadi aspek penting ketika terjadi perubahan lingkungan eksternal.

### c. Pengaruh Ketidakpastian Lokasi Usaha terhadap Strategi Pemasaran

Ketidakpastian terkait relokasi atau pembebasan lahan juga berpengaruh signifikan terhadap strategi pemasaran ( $\beta = 0,274$ ;  $Sig. = 0,017$ ). UMKM cenderung menahan investasi besar dan berfokus pada strategi jangka pendek, seperti promosi digital dan penyesuaian produk. Temuan ini mendukung Sekaran & Bougie (2020) yang menjelaskan bahwa ketidakpastian eksternal memaksa pelaku usaha menempuh strategi adaptif berbasis fleksibilitas operasional.

## Interpretasi dan Implikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko lingkungan akibat proyek besar seperti Bandara Dhoho Kediri tidak selalu menurunkan daya saing UMKM, tetapi mendorong transformasi strategi pemasaran. Implikasi praktis bagi pemerintah daerah adalah pentingnya pemberdayaan UMKM terdampak proyek infrastruktur melalui 1). Pelatihan pemasaran digital; 2). Bantuan akses logistik alternatif; 3). Fasilitasi relokasi usaha yang ramah usaha kecil. Hal ini sejalan dengan pandangan Bappenas (2022) tentang pentingnya inklusivitas ekonomi lokal dalam proyek strategis nasional (PSN).

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa risiko lingkungan yang ditimbulkan oleh pembangunan Bandara Dhoho Kediri berpengaruh signifikan terhadap strategi pemasaran UMKM di wilayah sekitar proyek. Risiko lingkungan yang meliputi polusi lingkungan, gangguan akses dan distribusi, serta ketidakpastian lokasi usaha terbukti memengaruhi cara pelaku UMKM dalam merespons perubahan lingkungan usaha yang terjadi selama proses pembangunan infrastruktur.

Secara parsial, setiap dimensi risiko lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap strategi pemasaran UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi risiko lingkungan yang dirasakan, semakin besar dorongan bagi pelaku UMKM untuk melakukan penyesuaian strategi pemasaran, baik melalui perubahan saluran distribusi, pemanfaatan pemasaran digital, maupun penyesuaian segmentasi pasar. Secara simultan, ketiga variabel risiko lingkungan tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap strategi pemasaran UMKM, yang mengindikasikan adanya hubungan yang kuat antara kondisi lingkungan proyek infrastruktur dan respons pemasaran pelaku usaha.

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa risiko lingkungan akibat proyek infrastruktur tidak hanya menjadi tantangan bagi UMKM, tetapi juga mendorong munculnya strategi adaptif sebagai upaya mempertahankan keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, keberhasilan pembangunan infrastruktur strategis perlu diimbangi dengan kebijakan pendukung yang berpihak pada UMKM, khususnya dalam penyediaan kepastian lokasi usaha, perbaikan akses distribusi, dan penguatan kapasitas pemasaran. Dengan dukungan tersebut, UMKM di wilayah terdampak diharapkan mampu meningkatkan ketahanan dan daya saingnya di tengah dinamika pembangunan infrastruktur berskala besar.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) atas dukungan pendanaan yang diberikan sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Penulis juga mengapresiasi seluruh pihak yang telah memberikan dukungan fasilitas, data, serta masukan selama proses pengumpulan dan pengolahan data penelitian

## DAFTAR REFERENSI

- Adams, J., & Wijaya, R. (2023). *The effect of infrastructure development on small business resilience in emerging economies*. Journal of Small Business and Entrepreneurship, 35(2), 145–162.
- Amin, M. R., & Putri, L. (2021). *Digital marketing adoption among micro-enterprises during environmental disruptions*. International Journal of Marketing Studies, 13(4), 88–102.
- Arifin, Z., & Fauzi, A. (2022). *Logistics challenges for SMEs in Indonesian urban infrastructure projects*. Asian Journal of Supply Chain Management, 8(1), 54–67.
- Bank Indonesia. (2023). *Laporan stabilitas UMKM dan tantangan adaptasi lingkungan eksternal*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bappenas. (2022). *Laporan evaluasi proyek strategis nasional dan dampaknya terhadap perekonomian regional*. Jakarta: Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Christopher, M. (2020). *Logistics and supply chain management: Creating value-adding networks* (6th ed.). London: Pearson.
- Dinas Koperasi & UMKM Kabupaten Kediri. (2023). *Profil UMKM terdampak proyek Bandara Dhoho Kediri*. Kediri: Pemerintah Daerah.
- Hadi, S., & Kusuma, D. (2023). *Estimating economic impacts of new airport development in secondary cities: Evidence from Kediri*. Journal of Regional Development Studies, 10(3), 201–220.
- Haryanto, E., & Nisrina, A. (2024). *Environmental disruptions and consumer behavior in micro-retail settings*. Journal of Marketing Insights, 12(1), 33–50.
- Kementerian PPN/Bappenas. (2022). *Rencana pembangunan infrastruktur nasional 2020–2024*. Jakarta: Bappenas.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Boston, MA: Pearson.
- McCann, P. (2013). *Modern urban and regional economics*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Mustofa, T., & Rahman, I. (2022). *Environmental uncertainty and marketing adaptation in Indonesian microenterprises*. Journal of Southeast Asian Business Research, 7(2), 78–95.
- Nurhadi, D. (2021). *Analisis risiko lingkungan pada proyek infrastruktur besar: Telaah fenomena pembangunan*. Journal of Environmental Risk Studies, 4(1), 12–28.
- Putra, K. T., Sari, N. M., & Utomo, R. (2023). *The influence of distribution disruption on SMEs strategic marketing in Indonesia*. Proceedings of the International Conference on Business and Management (ICBM), 5(1), 204–212.
- Rahmawati, S., & Kurniawan, G. (2021). *Impact of environmental pollution on consumer visits in urban micro-business clusters*. Journal of Consumer Behaviour Research, 8(3), 47–60.
- Santoso, B. (2022). *Adaptasi UMKM terhadap gangguan lingkungan eksternal: Studi kasus proyek besar Indonesia*. Journal of Indonesian Economic Studies, 14(4), 121–139.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). New York, NY: Wiley.

- Suryani, F. (2022). *Infrastructure project mobility impediments and local enterprise performance*. Journal of Urban Economics and Development, 9(2), 99–115.
- Tambunan, T. (2020). *Developing SMEs in emerging economies: Issues and policies*. Singapore: Springer.
- Wahyudi, H. (2022). *Land acquisition uncertainty and SME decision making: Case of Indonesian infrastructure projects*. Journal of Business Strategy and Environment, 6(3), 112–128.
- Wahyuni, E. S., & Priyono, A. (2023). *UMKM performance trends amidst airport construction: Evidence from Kediri*. Journal of Regional Economic Dynamics, 8(1), 59–75.